

Чек-лист по SEO для интернет-маркетологов

Технические факторы

Серверная

- Настройте [robots.txt](#) в соответствии с рекомендациями CMS.
- Правильно сформируйте файл [sitemap.xml](#) проверьте его через [Google Webmaster Tools](#).
- Создайте на сервере страницу**, которая отдает код 404.
- Убедитесь, что [код ответа сервера](#) по всем страницам – 200 (если страница не удалена).
- Проверьте, есть ли на сервере ошибки**, убедитесь, что сайт доступен протоколу HTTP или HTTPS.
- Разместите на сайте заголовки [Last-Modified](#) и [If-Modified-Since](#).
- Убедитесь, что сервер не падает.

URL

- Разместите на сайте [семантические URL](#).
- Убедитесь, что **URL короткие** и соответствуют содержанию страницы.

Код

- Соблюдайте порядок элементов в верстке** (<head>, <title></title>, метатеги, CSS, Google Analytics, </head>, <body>, «Яндекс.Метрика», код сайта, скрипты, </body>).
- Убедитесь, что исходный **код валидный** (нет критических ошибок).
- Закройте теги**, окружающие контент.
- Укажите всем страницам на сайте [канонический URL](#) (link rel=canonical).
- Сделайте микроразметку** по стандартам [Schema.org](#) (контакты, навигационная цепочка, видеозаписи, изображения, позиции, отзывы, цены).
- Убедитесь, что страницы загружаются [не дольше трех секунд](#).

Дизайн

- Разработайте для сайта **адаптивный дизайн** (минимальная ширина для мобильных устройств не должна превышать 320px).
- Проверьте, корректно ли сайт [отображается во всех браузерах](#).

Изображения

- Оптимизируйте изображения** на сайте «для веб».

- Не забудьте про **атрибут alt** у изображений.

Чистая выдача

- Закройте дубли** страниц от индексации.
- Уберите** из выдачи технические или служебные **поддомены**.
- Уберите из выдачи **служебные страницы**.

Остальное

- Убедитесь, что в панелях вебмастеров «Яндекса» и Google нет **«битых» ссылок и ошибок сканирования**.
- Проверьте, нет ли на сайте страниц, которые **ссылаются на себя**.

Коммерческие факторы

Страницы контактов

- Напишите подробный **почтовый адрес** офиса (регион, город и почтовый индекс).
- Размещайте **номера телефонов** офиса с кодом города.
- Сообщите посетителю **e-mail и контакты** в Skype, Telegram, Whatsapp и др.

- Расскажите о **времени работы** офисов.
- Убедитесь, что посетители знают, **как до вас добраться**: схема проезда, схема прохода, как добраться на транспорте.
- Разместите **фотографии офиса** как снаружи, так и изнутри.
- Дайте на сайте ссылки на группы в **социальных сетях**.
- Создайте формы** обратной связи и заказа обратного звонка.
- Добавьте **возможность распечатать** страницу.
- Зарегистрируйте ресурс в «[Яндекс.Справочнике](#)».

Страницы компании в социальных сетях

- VK
- Facebook
- Google+
- Twitter
- Instagram

Реклама и ассортимент

- Дайте посетителям возможность **оставить отзыв** о продукте.
- Укажите цену** на все продукты.
- Уберите с сайта **стороннюю рекламу**.
- Разнообразьте **номенклатуру в каталоге**: ее должно быть больше, чем у конкурентов.
- Подробно **опишите каждый продукт**.

Службы доставки и оплаты

- Создайте страницу с **информацией** о доставке и оплате (если нужно).
- Предоставьте большой **выбор** вариантов доставки и оплаты.
- Подробно распишите **все варианты** по доставке и оплате.

Поддержка

- Поместите **номер телефона в шапку** сайта. Убедитесь, что он хорошо заметен.
- Проверьте, работает ли **форма заказа обратного звонка** без ошибок.

- Создайте раздел** «Часто задаваемые вопросы».
- Перенесите почту** на домен вашего сайта.
- Создайте страницу** «Отзывы о нашей работе».
- Убедитесь, что у посетителя есть возможность **добавить свой отзыв**.
- Разместите на сайте **online-консультант**.

Раздел «Акции» (скидки, спецпредложения)

- Проводите акции.
- Предлагайте скидки.
- Создайте **программу лояльности** клиентов.

Функциональные элементы

- Создайте **фильтр** по ассортименту.
- Продумайте **удобную навигацию** на сайте.
- Соблюдайте **«правило трех кликов»**: посетитель должен попасть в любой раздел сайта в три клика.
- Создайте на сайте **«хлебные крошки»**.
- Грамотно структурируйте контент.

Внутренняя оптимизация

Семантическое ядро

- Соблюдайте **релевантность** ключевых слов.
- Проверьте в «Яндекс.Wordstat», есть ли **переходы по ключевым словам**.
- Учитывайте специфику** целевой аудитории.

Порядок и оптимизация

- Заполните **title** и **description** в соответствии с содержимым страницы.
- Поместите заголовки первого уровня в **тег h1**.
- Убедитесь, что **тег h1 на странице** не повторяется.
- Разместите **ключевой запрос** в первые 100 слов на странице.
- Убедитесь, что **исходящие ссылки** ссылаются только на релевантные и качественные ресурсы.
- Вставляйте в текст не больше **2-3 исходящих ссылок** на тысячу слов.
- Проверьте **тексты на уникальность**, подчеркните пользу для посетителя.
- Используйте в текстах маркированные и нумерованные **списки** (желательно)

- Используйте в тексте **синонимы ключевых слов**.
- Добавьте ключевые слова в **атрибуты alt** для изображений и названия файлов.
- Убедитесь, что заголовки отражают **основной смысл** страниц.
- Добавьте в статьи **ссылки друг на друга** (подробнее о [перелинковке](#)).
- Проверьте текст** на орфографические ошибки (например, через «[Яндекс.Спеллер](#)»).
- Убедитесь, что **структура сайта** логична, интуитивно понятна пользователю и приносит пользу.

Сниппеты

Убедитесь, что тег title

- уникален** на всех страницах;
- привлекает внимание** посетителя;
- содержит не более **70 символов** (без пробелов);
- содержит **часть ключевых слов**;
- не повторяет заголовков.

Убедитесь, что **тег description**

- кратко и интересно описывает **содержание страницы**;
- содержит **ключевые слова** в прямом или разбавленном виде;
- содержит не более **156 знаков** (без пробелов).
- добавьте в сниппет **ссылки на аккаунты** компании в соцсетях.
- выделите** с помощью микроразметки «хлебные крошки», быстрые ссылки, отзывы, краткую информацию об услуге/товаре.
- используйте **«Я.Справочник»**, чтобы URL компании отображался в сниппете.

Внешняя оптимизация

Входящие ссылки на сайт

- Убедитесь, что **ссылки визуально выделяются** на фоне основного текста, кликабельны и находятся в основной части страницы.
- Проверьте, все ли **страницы со ссылками проиндексированы**.
- Проверьте, обеспечил ли сайт-донор **навигацию с легким поиском** вашей страницы.

- Убедитесь, что ссылок на несуществующие страницы и запрещенные сайты нет.
- Ссылка вписана корректно** (рекомендательный характер, стимуляция посетителя к переходу).
- Добавьте **некачественные ссылки** в сервис [Google Disavow Tools](#).
- Найдите **«золотые ссылки»** (ссылки, по которым реально переходят).

Сайты-доноры

- Убедитесь, что **сайты-доноры** не находятся под фильтрами Яндекса, не содержат вирусы и не используют спам во внутренней оптимизации.
- Отдавайте предпочтение сайтам-донорам с **ТИЦ не менее 10 и PR не менее 1**. Сайтов-доноров с низкими показателями должно быть не более 20%.
- Проверьте **индексацию доноров**, хороший показатель – не менее 90% страниц.
- Убедитесь, что сайты-доноры приносят **трафик**.

Крауд-маркетинг

- Выбирайте «живые» ресурсы** (систематическая публикация новых материалов, включенные комментарии) с актуальной тематикой.

- Пишите нейтральные посты** без кричащей рекламы
- Работайте с максимально разнообразными** по структуре и теме публикаций **донорами** (форумы, ленты новостей, блоги).
- Отдавайте предпочтение **сайтам-донорам в регионе** вашего сайта.
- Размещайте **ссылки в обсуждениях** с активными комментаторами.
- Не допускайте спама:** один аккаунт должен размещать в пять раз больше постов, чем ссылок.

Продвижение с помощью социальных сигналов

- Добавьте на сайт **кнопки социальных сетей**.
- Поддерживайте **активность** групп.
- Проведите интересные для посетителей **конкурсы и акции** с распространением информации.
- Добавляйте на Youtube и другие ресурсы **видеоролики со ссылкой** в описании.
- Размещайте в соцсетях **анонсы мероприятий и статей**.
- Отслеживайте** упоминания сайта в интернете через [Google Alerts](#).

Ссылочная масса

- Равномерно **распределяйте ссылки** по главным страницам сайта.
- Отслеживайте и устраняйте** резкие падения/рост ссылочной массы.
- Добавляйте [безанкорные ссылки](#) (их должно быть около половины).
- Пропорционально увеличивайте** количество ссылок на страницы ресурса.
- Добавьте название компании в **25% ссылок** (или больше).
- Чередуйте адреса** старых и новых страниц при создании ссылки.

**Если у вас остались вопросы,
можете задать их нам.**

[Задать вопрос](#)